

els eixos **comercials**

metropolitans

**Grup d'Estudis Territorials i Urbans
Departament de Geografia Humana
Universitat de Barcelona**

Els eixos comercials metropolitans

Carles Carreras i Verdaguer
Sergi Martínez i Rigol
Jorge Romero Gil

Edita:

Ajuntament de Barcelona
Comerç, Consum i Turisme

Autors:

Carles, Carreras i Verdaguer
Sergi Martínez i Rigol
Jorge Romero Gil
Grup d'Estudis Territorials i Urbans
Departament de Geografia Humana
Universitat de Barcelona

Coordinació i direcció:

Alfons García Martínez

Dipòsit legal: B. 26.608-1999

Exp.: 9866345

SUMARI

0. Introducció	7
I. PRIMERA PART. LA CONCENTRACIÓ METROPOLITANA DEL CONSUM	11
1. L'evolució del marc legislatiu	13
1.1. El sector comercial i la seva reglamentació: tendències i polèmiques	14
1.2. L'evolució de la legislació comercial a Catalunya abans del 1988: uns precedents	17
1.3. Algunes conseqüències i aspectes subsidiaris i orientatius de la legislació comercial: de 1988 fins 1996	24
1.4. El marc jurídic actual	25
2. El marc demogràfic i social del comerç i del consum a Barcelona	33
2.1. La població com a variable general	35
2.2. Població absoluta i densitat de població	39
2.3. Estructura de la població per sexes	45
2.4. Estructura de la població per edats	53
2.5. Les dimensions de les llars	72
2.6. El nivell d'educació de la població	78
2.7. L'activitat econòmica de la població	78
3. El marc demogràfic i social del comerç i del consum a la regió metropolitana de Barcelona	87
3.1. Estructura de la població per sexes	94
3.2. Estructura de la població per edats	97
3.3. El nivell d'educació de la població	107
3.4. L'activitat econòmica de la població	107
4. L'evolució recent de la localització comercial metropolitana	115
4.1. La demanda de serveis al consum a Barcelona que cal sumar a la del conjunt de la seva pròpia població	116
4.2. L'evolució de la localització comercial entre 1990 i 1996	124

**II. SEGONA PART. L'EVOLUCIÓ RECENT DE LES ACTIVITATS COMERCIALS
A LA CIUTAT DE BARCELONA (1988-1997). UNA ANÀLISI A GRAN ESCALA 145**

**5. L'evolució general de la localització comercial al municipi de Barcelona
(1985-1996) 147**

5.1. L'evolució del nombre total d'establiments comercials a Barcelona	160
5.2. El comerç de barri i els mercats municipals	161
5.3. Altres formes de comerç perifèric o de barri	166
5.4. L'eix dels cinc quilòmetres, el <i>shopping line</i>	168
5.5. L'urbanisme comercial	160
5.6. L'evolució del comerç barceloní per subsectors	171

6. L'evolució de la concentració comercial 201

7. L'evolució dels centres comercials de barri 213

7.1. Una anàlisi de conjunt	214
7.2. L'estudi dels barris concrets	221

III. TERCERA PART. CONCLUSIONS 235

8. Conclusions: comerç i consum a Barcelona, una perspectiva de futur 237

8.1. Sobre el contingut del treball	239
8.2. Sobre l'evolució de les activitats comercials barcelonines entre 1990 i 1996	240
8.3. Conclusions cap al futur	241

BIBLIOGRAFIA 243

0

Introducció

L'estudi que es presenta és la continuació del que des del mateix Grup d'Estudis Territorials i Urbans (GETU) es feu per a la Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona, entre 1987 i 1989, les conclusions principals del qual foren publicades l'any següent (CARRERAS, C., DOMINGO J., i SAUER, C., 1990).

En aquells moments, la ciutat de Barcelona estava intentant superar la crisi de la seva base industrial tradicional que arrossegava des del decenni anterior, començant tot just a dissenyar el conjunt de polítiques que poden conèixer-se amb el nom genèric de Barcelona'92 (CARRERAS, C., 1993). Dins d'aquella conjuntura excepcional, les activitats comercials, i terciàries en general, apareixien en el centre de totes les estratègies que des de les polítiques econòmiques a nivell local i les urbanístiques, en general, pretenien de conduir una terciarització quasi forçada de la ciutat amb una dinàmica de creixement sostingut.

En aquest horitzó de canvis econòmics i socials, i també intel·lectuals i conceptuals, es plantejava la necessitat de redefinir les activitats comercials i situar-les dintre de nous esquemes d'interpretació teòrica (CARRERAS, C., 1986; 1994).

A nivell teòric, es partia de la necessitat de superar les aplicacions bon xic acrítiques de la llei francesa Royer, tot desestimant el criteri de la dimensió superficial com a element de definició quasi exclusiu de l'establiment comercial, i reclamant la necessitat d'ampliar els estudis comercials cap a d'altres activitats de serveis al consum, com la restauració, l'hosteleria, els espectacles, o també al complex i dinàmic subsector dels serveis a la persona (perruqueries, agències de viatges i d'altres).

A nivell territorial, d'altra banda, s'afirmava la importància del comerç concentrat, davant la dispersió d'establiments que hi ha a Barcelona, i es definia una jerarquia de centres comercials dins de la ciutat, encapçalada per l'eix dels cinc quilòmetres (la primera aproximació històrica a la formació del qual es presentava¹), seguida d'alguns centres de barri, connectats o no a la existència d'un mercat municipal, havent-hi, en tercer lloc una constel·lació de centres petits, però especialitzats: tot plegat reposava, sobre un fons de dispersió general de petits establiments comercials, sobretot alimentaris. Aquests darrers, no han estat mai directament estudiats per l'equip de recerca,

ja que formaren part del Pla Especial del Comerç Alimentari de Barcelona (PECAB), que l'Ajuntament havia aprovat el 1986.

Del creuament de les conclusions teòrico-metodològiques i de les territorials, i a partir de l'anàlisi dels resultats dels 10.000 qüestionaris a establiments concentrats fetes entre 1987 i 1989, es derivaren una sèrie d'indicadors per a mesurar la qualitat de l'oferta comercial barcelonina que des d'aleshores han estat aplicats en estudis posteriors. Cal dir, que el conjunt d'aquests qüestionaris formen un dels elements més importants de la base de dades del GETU per al municipi de Barcelona i la seva estructura comercial.

La primavera del 1996, es produí l'encàrrec per part de la Regidoria de Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona per tal de posar al dia aquell estudi². L'encàrrec cristal·litzà en la signatura del conveni entre la Universitat de Barcelona i l'Ajuntament el dia 18 de novembre del mateix any, el resultat del qual fou l'informe lliurat abans dels cinc mesos des de la signatura, base d'aquest llibre.

L'horitzó en el que aquest encàrrec es feia era totalment diferent del primer

1. Des de llavors, s'ha seguit aprofundint en la recerca de documentació històrica per a afermar les hipòtesis de treball que en el primer estudi es varen avançar quant a la formació del centre comercial linial de la ciutat de Barcelona. En aquests moments, la recerca en marxa aborda l'anàlisi sistemàtica de les guies comercials de la ciutat, de la matrícula industrial de Barcelona i d'alguns fons privats de diverses empreses comercials, per tal de tancar l'estudi d'una primera etapa de la història del comerç de Barcelona, entre 1840 i 1940, com a mínim.

2. Cinc anys abans, l'Ajuntament havia publicat ja un estudi sobre el comerç no alimentari a Barcelona fet per l'economista Marçal Tarragó, els dos o tres anys anteriors (AJUNTAMENT DE BARCELONA, 1991).

estudi realitzat per a la Cambra. La crisi posterior a l'eufòria Barcelona'92 ja havia estat superada, i bona part dels projectes urbanístics i, sobretot, comercials s'anaven inaugurant; no hi havia, ni encara hi ha, la definició d'una meta, d'un punt d'arribada, com fou la fita del 1992³, per aquesta raó existeix la consciència d'una gran fragilitat per a qualsevol iniciativa. Les dades sobre l'evolució del consum privat semblen, com a mínim, contradictòries, dins de la conjuntura de baixada del preu del diner en general, mentre la demanda local disminueix sensiblement per causa de la davallada demogràfica del municipi barceloní.

En aquest marc, les dificultats de l'estudi, a nivell teòric, resulten més grans. A nivell metodològic, la pressa (sis mesos) per a l'obtenció de resultats fiables obligà també a canvis importants, ja que no era abordable el treball de confecció i realització d'una sèrie d'enquestes, comparable a la que deu anys abans havia estat feta.

La incertesa general del futur, que el retard en el desenvolupament dels centres comer-

cials respecte la cronologia europea o americana no contribueix a facilitar-ne la interpretació, així com la rapidesa en l'obtenció de resultats, aconsellaren d'aplicar una metodologia de treball diferent. D'una banda, es tenia un primer recurs important, l'experiència acumulada pel GETU⁴, tant en els estudis sobre la ciutat de Barcelona i la seva àrea metropolitana, com en diverses comparacions internacionals que s'han anat fent (Toulouse, Lisboa, São Paulo, Madrid). En aquest sentit també, s'emprava la base de dades general que sobre Barcelona s'ha anat construint al llarg del temps. En segon lloc, es decidí d'aplicar una bateria d'entrevistes en profunditat a diversos agents i responsables de les activitats comercials a Barcelona⁵. A partir d'aquesta doble aproximació s'ha pogut arribar a uns primers resultats importants, en el temps acordat, que permeten nous plantejaments del problema i de les seves solucions possibles, tot i que caldrà, com sempre, discutir i matisar algunes de les conclusions a les que s'ha arribat.

Malgrat que els estudiosos dels temes comercials sempre manifestem queixes

respecte a la manca i inadequació de la informació disponible, aquí es vol deixar clara la idea de la corresponsabilitat que ens abraça a tots, estudiosos i gestors. Amb això es vol significar que des dels centres de recerca no hem assolit encara la construcció d'un discurs prou competent sobre la matèria, com és la nostra obligació, per tal de justificar una reorientació de les polítiques comercials i dels seus instruments de control, és a dir, l'estadística comercial i els seus criteris.

Un llibre de les característiques del que es presenta no és, possiblement, el lloc adequat per a desenvolupar aquest discurs competent, però qualsevol lector mínimament preparat podrà veure-hi alguns elements que el volen prefigurar. El que aquí es presenta és, doncs només una primera anàlisi de com han funcionat les activitats comercials barcelonines en general, aquests darrers cinc anys. En moltes ocasions, el marc temporal i el marc territorial estrictament municipal s'han hagut d'ampliar, com s'havia ja fet en el cas del marc conceptual, pel que fa a les classificacions de les activitats, però

3. El 2004 no sembla un esdeveniment similar, tot que tindrà sens dubte conseqüències importants sobre les activitats comercials barcelonines.

4. Sense aquesta experiència, que significa facilitat en l'accés a la informació, coneixement del tractament i anàlisi d'aquesta informació, i coneixement i un cert prestigi entre els experts del sector, no hauria estat pensable la realització d'un treball d'aquest abast, en el lapse de temps en què s'ha fet.

5. S'han fet 10 entrevistes en conjunt, al Sr. Lluís Álvarez, director de l'OMIC (27-01-96), Sr. Salvador Novell, director general de l'Institut Català de Consum (17-02-97), Sr. Ramon Cervelló, gerent dels magatzems El Capitolio (27-02-97), Sr. Santiago Pagés, de Turisme de Barcelona (28-02-97), Sra. Clara Díez, cap de serveis d'equipaments comercials de la Generalitat de Catalunya (03-03-97), Sr. Albert González, director general de comerç de l'Ajuntament de Barcelona (12-03-97), Sr. Roberto Guirado, gerent de El Corte Inglés (09-03-97), Sr. Jordi Maymó, director de Mercabarna (02-04-97), Sr. Adolf Cabruja, director de la Fira de Barcelona (20-05-97). Les entrevistes es mantenen, com és de regla, en la més estricta confidencialitat, i la transcripció dels textos, codificada només com a font documental.

l'objectiu sempre ha estat clarament la radiografia del comerç barceloní. De tota manera, en la forma de presentació i en el tractament i anàlisi de les dades, hom trobarà les bases per a un possible diagnòstic de la situació. Aquestes bases són, precisament les que prefiguren una nova orientació de les anàlisis que cal, sens dubte, prosseguir. Quan al diagnòstic, és evident que cal reflexionar amb deteniment, posar en joc d'altres informacions i d'altres punts de vista i tenir sempre present que una mateixa situació pot ésser valorada de formes diverses, i que qualsevol problema de la vida

social i econòmica pot tenir més d'una solució bona.

Els resultats han estat organitzats en dues parts ben diferenciades per l'escala d'anàlisi que s'ha aplicat. En una primera part, es tracta l'escala més petita, analitzant el marc social i econòmic en els que els canvis de les activitats comercials més importants s'han produït; aquesta escala s'ha centrat en una regió metropolitana inexistents⁶ que per facilitats estadístiques s'ha fixat en l'antiga corporació. En una segona part, s'amplia l'escala a l'àmbit municipal de

Barcelona estrictament, en coherència amb l'encàrrec, on es selecciona l'evolució del marc jurídic que ha afectat la ciutat de forma especial aquests anys, es fa una anàlisi de l'evolució general del comerç i, finalment, se centra un estudi de detall en cinc centres comercials de barri, per als quals s'ha fet un treball de camp específic. Lògicament, l'estudi acaba en unes conclusions, sempre provisionals i discutibles, que són, però, conseqüència del treball fet i punt de partida dels treballs futurs.

Agraïments

6. L'any 1987 es produí l'extinció de l'entitat metropolitana de Barcelona, creant-se en el seu lloc la Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, amb unes competències molt limitades. Aquí s'ha fet servir l'àmbit de l'antiga corporació metropolitana, formada per 27 municipis i que es correspon amb el que actualment és la primera corona de la Regió I.



Primera part.
La concentració
metropolitana del consum

En aquesta primera part s'aborda el marc general en el qual s'han desenvolupat les activitats comercials barcelonines en el període estudiat. D'una banda, es presenta l'evolució del marc legislatiu, que ha estat molt dinàmica i important des de principis dels anys vuitanta

fins l'actualitat, per tal de conèixer els condicionants legals en el que les activitats comercials s'han hagut de desenvolupar. D'altra banda s'estudien les variables més rellevants i significatives de tipus demogràfic i socio-econòmic que expliquen en gran part l'evolució general

de les formes del consum, tot desbordant els límits administratius de la ciutat de Barcelona, i agafant el territori que comprenia l'antiga corporació metropolitana, per tal d'oferir una visió de conjunt que pugui donar sentit a tot el que s'esdevé a la ciutat central.

1

L'evolució del marc legislatiu

Tot i que les activitats comercials plante-gen, més que cap altra, la necessitat de respectar els principis del liberalisme econòmic, la regulació del sector és intensa des de diverses instàncies de l'administració: central, autonòmica i local. El control dels preus, la defensa del consumidor, el respecte de la lliure competència o les normes de seguretat i d'higiene són altres tants motius d'intervenció de les regulacions administratives.

A Catalunya, com a d'altres països del nostre entorn, la influència de la llei francesa del 1973, coneguda com la llei Royer, que perdurà sense canvis fins al 1993⁷, ha estat molt important en la definició dels criteris i regles jurídics aplicats.

En aquest capítol es pretén només destacar les fites principals de l'evolució de la legislació espanyola i catalana d'aplicació a la ciutat de Barcelona, que forneix el marc jurídic de tot l'estudi. Com s'aprecia ràpidament l'evolució jurídica ha estat molt dinàmica, en clara sintonia amb la dinàmica general del sector.

1.1. EL SECTOR COMERCIAL I LA SEVA REGLAMENTACIÓ JURÍDICA

La necessitat o no d'una ordenació del sector comercial ha estat la qüestió fonamental, i també la més polèmica, en tota la tasca legislativa relacionada amb el comerç en els darrers anys. Sobre la necessitat de reglamentació de l'estructura comercial i de les noves implantacions, s'han adoptat posicions de tot tipus: favorables a una total llibertat de comerç, en pro d'una regulació estricta del sector, i diverses postures intermèdies que tracten de conciliar aquests dos extrems. El control de la implantació de noves empreses i dels horaris comercials, és sobre el que s'ha discutit més.

L'administració, en general, no ha dubtat mai de la seva capacitat per reglamentar, ni del seu dret per a intervenir, també, en la estructura del sector i en la instal·lació de noves empreses; de fet la major part de la legislació realitzada des de començament dels anys vuitanta fins a l'actualitat, tant l'autonòmica com l'estatal, ha estat orientada cap a la regulació i el control jurídic-administratiu del sector, amb l'excepció de l'anomenat "decret Boyer", de 1985, que d'alguna manera regulava la desregulació.

Dins de l'àmbit empresarial de la distribució les postures, i les pressions sobre l'administració, són clarament enfrontades, segons els diferents grups i els diferents interessos. Per una banda, es troba tot el que es pot definir com a comerç tradicional, i que a Catalunya coincidiria, en bona mesura, amb la imatge típica del botiguer i de l'empresa familiar al voltant d'un comerç petit o mitjà. Aquest grup, en bona mesura organitzat en associacions de botiguers, pressiona clarament en pro d'una ordenació estricta i de la limitació d'apertures de nous establiments, especialment els que es consideren grans superfícies, i també en favor d'una limitació dels horaris de venda. Per altra banda, apareix el grup format per les grans empreses de distribució, que és relativament heterogeni (hipermercats, *discount*, *hard discount*, grans magatzems, com a sistemes de venda; franquícies, cadenes sucursalistes, grans empreses..., com a tipologia empresarial), però que té uns interessos molt més fàcils de conciliar que els del comerç tradicional (que moltes vegades redueix la seva acció comú a una pressió a favor del proteccionisme). Al voltant d'aquestes postures i d'aquests interessos han surgit diferents associacions (*ANGED*, *ARDE*, *CEDAC*⁸ a Catalunya...) i grups de pressió, que actuen com a veritables lobbies. En el fons el que s'està propugnant, per uns o al-

7. El 1993 fou promulgada a França l'anomenada llei Sapin, que modifica i flexibilitza alguns dels aspectes de la llei Royer.

8. Asociación Nacional de Grandes y Medianas Empresas de Distribución, Asociación para la Reforma de la Distribución Española, Consell d'Empreses de Distribució de Catalunya.

tres, són dos conceptes concrets i, en gran mesura, incompatibles: la flexibilitat i la rigidesa; la flexibilitat pròpia de las transformacions del procés econòmic en marxa i la rigidesa de les estructures ja existents. Aquestes tensions, a més es troben vinculades també a les actuals i noves dinàmiques del mercat: a la globalització de l'economia i a la implantació de les estructures, de l'anomenat postfordisme.

Pel que fa a la legislació comercial, on s'han plasmat, en una o altra mesura, les tendències en política comercial i les pressions dels diferents grups interessats en el sector, aquesta pot trobar-se, essencialment, en dos àmbits administratius concrets: la legislació estatal i la legislació autonòmica. A més es donen també una sèrie de normatives i reglamentacions a nivell municipal, canviant segons les ciutats i ajuntaments.

Quant a la legislació estatal, es pot dir que durant molt temps ha existit un autèntic buit legal respecte al comerç i la seva regulació, salvat, en certa mesura, per disposicions puntuals i més o menys provisionals, com el decret-llei 2/1985, de 30 de abril, de *Medidas de Ordenación Económica* (el decret Boyer, de clar perfil liberalitzador), o bé els decret-llei 22/1993, de 29 de desembre, sobre la regulació d'horaris comercials.

En general, fins a la *Ley de Ordenación del Comercio Minorista*, de gener de 1996, l'actuació del govern de l'Estat,

concretada de vegades en una manca d'actuació, ha vingut marcada per una certa tendència a liberalitzar l'activitat comercial, tant pel que fa a les llicències d'obertura com als horaris, i a disminuir el proteccionisme respecte del comerç tradicional. En aquest sentit, la relativa manca d'afany legislatiu és comprensible, ja que òbviament si es vol desregular no té massa sentit reglamentar.

Aquest panorama legislatiu, i aquesta línia política, començà a canviar el 1993, coincidint amb la pèrdua de la majoria absoluta del PSOE i la necessitat de suport de CiU, quan es donen els primers passos per l'elaboració d'una llei general d'ordenació del comerç minorista, llei que ja d'entrada representava una voluntat de regulació i de condicionament del sector comercial, que beneficia, en principi, més al grup que representa els interessos del comerç tradicional (que habitualment s'identifica, encara que no sempre amb encert, amb el petit comerç) que a la gran distribució. De fet, ja el juliol de 1993, es presentà un primer projecte de llei sobre comerç, l'anomenada "Llei Roca", que era força restrictiva per als interessos de la gran distribució (temes d'horaris i obertures, venda a pèrdua, relacions i pagaments de proveïdors...), i que aparentment defensava els interessos del petit comerç.

En realitat la "Llei Roca", no era altra cosa que un primer punt de partida, si es vol un esborrany, des del qual començar a discutir l'elaboració d'una llei de comerç

que, com és natural, quedaria matisada en continguts per la negociació entre els diferents grups polítics. Aquesta voluntat de ser un "punt de partida" de la proposta i no una llei acabada, quedà clar el procés que va a seguir el projecte. El trànsit del projecte per la Comissió d'Economia del Congrés va a durar més d'un any, fins al 4 d'octubre de 1994, quan el termini normal de presentació d'esmenes és d'uns quinze dies; aquesta llarga duració del tràmit parlamentari es deu a la negociació entre els grups polítics i els diferents grups d'interessos del sector que, van actuar en defensa de les seves postures. Així, finançat en bona part per les grans superfícies es va crear l'Idelco (Instituto para el Desarrollo del Libre Comercio), plataforma des de la que es va pressionar activament en pro de la total llibertat en les activitats de distribució comercial. Idelco defensa postures de la més absoluta llibertat empresarial i en contra de tota regulació del sector; qüestions com la total llibertat d'obertura per a nous establiments, absència de limitació dels horaris de venda, no regulació de les condicions i formes de pagament als proveïdors, o una major flexibilitat en el tema de les rebaixes, són postulades i defensades per l'Idelco, que financia també tot tipus d'estudis a favor d'aquestes posicions.

El text legal que es va a presentar finalment, de forma conjunta pel grups del PSOE i de CiU, resum el resultat d'aquesta negociació, que en definitiva més que un consens general assolí, final-

ment, la forma d'un acord dels dos grups que en aquells moment composaven, la majoria governamental. En essència, aquest acord és el que es va a materialitzar en la *Ley de Ordenación del Comercio Minorista*, de gener de 1996; aquesta llei consagra la llibertat d'horaris, però amb una etapa transitoria per a la completa liberalització fins l'any 2001, i crea també la figura de la segona llicència d'apertura per a les grans superfícies, com a competència de l'administració autònoma.

L'altre àmbit legislatiu important és el de les Comunitats Autònomes. Es pot considerar també d'abast genèric però a escala territorial de cada Comunitat, segons les competències que en el camp del comerç tenen. La tasca legislativa realitzada ha estat força important, i en general es pot considerar que les Comunitats Autònomes han tingut una voluntat legislativa i reguladora del camp comercial molt més clara que la de l'Estat (tal vegada perquè, precisament, la política de l'Estat era no regular massa); en resum les principals lleis autonòmiques en matèria d'activitat comercial han estat les següents⁹:

- Llei 9/1983, de "*Ordenación de la Actividad Comercial*", del País Basc.

- Llei 1/1983, de "*Regulación Administrativa de determinadas Estructuras Comerciales i Vendas Especiales*", de la Generalitat de Catalunya.
- Llei 8/1986, de "*Ordenació del Comerç i Superfícies Comercials*", de la Generalitat Valenciana.
- Llei 3/1987, "*d'Equipaments Comercials*" de la Generalitat de Catalunya.
- Llei 19/1988, de "*Ordenación del Comercio Interior*", de Galicia.
- Llei 9/1989, de "*Ordenación de la Actividad Comercial*", de Aragón.
- Llei 1/1990, "*Sobre la disciplina del mercat i defensa dels consumidors i usuaris*", de la Generalitat de Catalunya.
- Llei 23/1991, "*De Comerç Interior*", de la Generalitat de Catalunya.
- Llei 7/1994, de "*Comercio y Actividad Comercial*", del País Basc.
- Llei 4/1994, de "*Ordenación de la Actividad Comercial*", de Canarias.
- Llei 1/1997, "*d'Equipaments Comercials*", de la Generalitat de Catalunya.

D'aquest conjunt de legislació autonòmica, aquí tant sols es veurà, amb cert detall, el que correspon al marc jurídic català; a més tampoc es contempla la Llei 1/1990, per tractar-se d'una llei més de consum que de comerç.

Restà l'àmbit d'actuació jurídica municipal. Aquest pot canviar en relació a les diverses especificacions de les ordenances i reglamentacions que tingui cada ajuntament, naturalment dins del marc de les competències i capacitats de l'actuació municipal, en principi homogènies per a tots els municipis (altra cosa és el nivell de desenvolupament d'aquesta capacitat jurídica). Aquest àmbit d'actuació, en ocasions pot tenir un fort lligam amb el camp de l'ordenació i planificació urbanística (com, per exemple, per mitjà de plans parcials), propi de les competències municipals, com és el cas del Pla Especial d'Equipament Comercial Alimentari de Barcelona (PECAB) realitzat per l'Ajuntament de Barcelona. Precisament el Pla, per la seva singularitat i, també pel fet que ha estat, en bona mesura, un model que s'ha intentat imitar¹⁰ per la legislació comercial a Catalunya, és tractat amb més detall.

9. Gairebé totes aquestes lleis, excepte la Llei d'Equipaments Comercials 1/1997, es poden trobar citades a l'obra *Principios Constitucionales de la libertad de Empresa. Libertad de Comercio e Intervencionismo Administrativo* (ARIÑO ORTIZ, G.; 1995).

10. En alguns aspectes amb un èxit relativament escàs per part de la imitació, almenys pel que fa a la vinculació dels temes comercials amb les normatives urbanístiques municipals. No massa aconseguida com es pot desprendre del contingut de diverses sentències judicials del tribunal Superior de Justícia de Catalunya.

1.2. L'EVOLUCIÓ DE LA LEGISLACIÓ COMERCIAL A CATALUNYA ABANS DEL 1988: UNS PRECEDENTS

La legislació sobre ordenació i regulació comercial a Catalunya té el seu primer element en la llei 1/1983 de 18 de febrer de *Regulació Administrativa de Determinades Estructures Comercials i Vendes Especials*. Aquesta llei pot considerar-se el primer intent, per part del poder legislatiu català, de regular alguns aspectes concrets de l'activitat comercial. Aquesta llei es va considerar com una norma per a la regulació de les rebaixes, en tant que són objecte d'anàlisi de la llei com una venda especial; no obstant, la llei del 1983 va, al menys conceptualment, molt més enllà¹¹, ja que és un primer intent seriós de regulació i ordenació del comerç a Catalunya. Així queda clar quan manifesta la vinculació entre ordenació comercial i defensa dels consumidors i usuaris i, també, quan expressa la necessitat d'ordenar el comerç interior de Catalunya.

La llei del 1983 no va regular, però, la totalitat del sector comercial, sinó que es limità a uns camps i aspectes determinats; així es regula la venda no sedentària, la venda domiciliària i les vendes especials¹², juntament als procediments,

règim d'infraccions i les sancions. L'objectiu pràctic prioritari de la norma era protegir al consumidor donant-li garanties de les condicions de venda i dels productes venuts. La norma atenia, en primer lloc, a controlar la disciplina de mercat, però també es basava en una filosofia més àmplia: la necessitat de regular el conjunt del sector comercial i la voluntat de fer-ho.

La llei en els primers capítols defineix els diversos tipus de venda als que s'aplica¹³. Així, en primer lloc, defineix la venda no sedentària, que és aquella venda realitzada per comerciants fora d'un establiment permanent, però en un lloc autoritzat, de forma habitual i amb una periodicitat determinada. La competència en l'autorització d'aquest tipus de venda, en base a uns determinats criteris, i l'assignació dels espais corresponents, recau en el govern municipal. En destaca unes ubicacions preferents, com els annexos a mercats de tipus sedentari, els mercats periòdics, o àrees amb insuficients equipaments, així com també els requisits legals que han de reunir els comerciants que es dediquen a aquest tipus de venda, i les condicions sota les quals s'ha de desenvolupar (condicions higiènic-sanitàries i altres). En segon lloc, defineix la venda domiciliària, considerant que ni la venda per correspondèn-

cia, ni el repartiment de productes adquirits en establiments comercials, formen part d'aquesta tipologia, i tot seguit estableix els requisits legals que han de complir els empresaris comercials de venda domiciliària.

En els capítols següents es defineixen els diversos tipus de vendes especials, començant per la venda a pèrdua, com aquella en la que el preu de venda és inferior al de compra, i que només es podrà realitzar durant els períodes de rebaixa, liquidació i saldos; continua amb la venda en rebaixa, definint els períodes en que pot ser realitzada (del 7 de gener al 20 de febrer, i del 15 de juliol al 31 d'agost), els períodes en que se'n pot fer publicitat i que se'n poden fer ofertes finals (deu dies abans i els deu dies finals respectivament), i les condicions que ha de seguir (hi ha de figurar el preu habitual i el preu rebaixat, i no es poden vendre productes deteriorats). En tercer lloc, defineix la venda en liquidació com aquella que es pot fer quan el negoci tanca total o parcialment, per tant pot ser realitzada en qualsevol època de l'any i només se'n pot fer publicitat vuit dies abans. Per últim defineix la venda de saldos, és a dir, la venda d'aquells productes que no poden sortir al mercat per haver perdut actualitat o per ser defectuosos, i n'estableix les condicions. Un últim

11. LÁZARO, N. (1989).

12. Aquestes vendes especials inclouen la venda a pèrdua, els saldos, les liquidacions i les rebaixes.

13. LÁZARO, N. (1989).

capítol de la llei estableix les infraccions, les sancions i els procediments de cada una de les diverses tipologies de vendes, anteriorment definides.

En les excepcions contemplades en el capítol tercer sobre la venda domiciliària, no s'inclouen supòsits que l'evolució posterior del sector han desenvolupat, alguns dels quals ja començaven a funcionar, encara que tímidament a l'època de redacció de la llei. Es tracta de qüestions com la venda per telèfon, la d'articles anunciats per televisió o ràdio, l'anomenada televenda, o bé, i aquest sí que és un cas clarament precursor, la venda per mitjants informàtics¹⁴ (avui Internet) o per fax. Aquests tipus de venda, per la seva naturalesa, quedarien molt probablement inclosos en l'apartat d'excepcions, podent-se equiparar a la venda per correu o per catàleg.

En les disposicions transitòries, de la llei donava un termini de quatre mesos als ajuntaments per redactar els reglaments; a més, els ajuntaments tenien també quatre mesos per comunicar quins eren els llocs habituals de venda i per a enviar la llista d'autoritzacions de venda al carrer.

Alguns aspectes de la llei foren recorreguts per equiparació a les normes vigents al conjunt de l'Estat; el recurs fou estimat

pel Tribunal Constitucional que va anul·lar la llei catalana en els aspectes on es solapava a la legislació estatal. Entre altres qüestions, es va decretar la derogació dels aspectes relatius a l'estipulació de les dates concretes de rebaixes, i la prohibició d'exercir activitat comercial amb articles idèntics o similars als que s'havien venut com a liquidació en un termini no inferior als tres anys¹⁵.

Com es pot observar, l'ànim del legislador es centrava en controlar i garantir els camps que en principi restaven, per la seva naturalesa, més incontrolats, i on resultava molt més fàcil defugir responsabilitats sobre la venda o el producte. Evidentment, això es podia produir en la venda ambulant o a domicili, on la relació venedor-consumidor és molt més escadussera, en tant que no hi ha cap establiment o botiga que serveixi al consumidor com a lloc de referència en cas de reclamació, o de qualsevol altre incidència. En el mateix esperit, es poden incloure les regulacions sobre vendes especials; aquí no es tracta d'una manca de referència física del lloc de venda, on poder "controlar" al venedor, sinó de la naturalesa especial de la transacció que podia permetre la generació d'excessos de tipus diferents (dumping, venda de productes deteriorats com a bons, i d'altres); són aquests possibles excessos els que es pretenien evitar i controlar. En definitiva,

aquest primer esforç legislatiu per part del Parlament de Catalunya, es va centrar en començar la tasca reguladora del sector comercial per aquells camps i aspectes del comerç que, per la seva idiosincràsia, restaven més al marge de tot control.

El 1985 fou promulgat el decret 154/1985 de 6 de juny, de regulació dels horaris comercials. Aquest decret va ser el primer reglament de regulació dels horaris comercials a Catalunya. El va publicar el Departament de Comerç Consum i Turisme, a petició de les associacions de comerciants, que reclamaven una regulació per a evitar la competència deslleial a partir dels horaris; clarament l'al·lusió a una possible "deslleialtat" apuntava a les grans empreses de distribució, en aquells moments essencialment els grans magatzems, i poc més d'un parell d'hipermercats. El decret preveia que la competència per a vigilar el compliment dels horaris comercials corresponia als ajuntaments.

La polèmica respecte als horaris comercials venia d'abans de la promulgació d'aquest decret, i va continuar amb posterioritat. A més, el decret de la Generalitat va coincidir contradictòriament en el temps amb la promulgació de l'anomenat decret Boyer del 1985, d'àmbit estatal, que consagrava una certa llibertat d'horaris

14. El model francès ja existia però amb els aspectes comercials del minitel, molt difós a nivell domèstic.

15. Un dels punts febles de tota legislació normativa és la dificultat per controlar la seva aplicació.

comercials. La qüestió dels horaris i de l'apertura en festius ha continuat essent un tema polèmic; de fet, les discussions han estat, i són, periòdiques i han rebrotat en diferents moments, com en la discussió de la proposta de Llei de comerç interior d'àmbit estatal, el 1993, l'anomenada Llei Roca, o bé en casos concrets com l'implantació de determinats centres comercials condicionats pel promotor a la llibertat d'obrir en festius (cas dels establiments Virgins de Barcelona, per exemple), o de superfícies comercials que per les seves característiques i el públic al que es dirigeixen sol·liciten aquesta mateixa possibilitat (com, per exemple, el cas de Maremagnum a Barcelona).

L'any següent, el 1986, l'Ajuntament de Barcelona aprovava el Pla Especial d'Equipament Comercial Alimentari de Barcelona (PECAB). Aquest era un pla especial, la finalitat del qual era garantir el subministrament adequat i equilibrat d'alimentació per a tota la ciutat. El pla es va publicar oficialment al Butlletí Oficial de la Província, número 130, amb data de 31 de maig de 1986, previ acord de la Comissió de Govern de l'Ajuntament de Barcelona. Entre els seus objectius assenyalava amb la modernització de les estructures comercials alimentàries, la defensa del consumidor, orientar l'ordenació dels equipaments de tal manera que permetessin al consumidor la lliure

elecció de la compra, i, també, garantir la distribució homogènia del sector alimentari per tota la ciutat.

El Pla classifica els establiments alimentaris a partir de dos criteris. Un primer criteri defineix els establiments agrupats, formats pels mercats municipals i les galeries d'alimentació, i un segon, els establiments individuals, dividits en tradicionals, polivalents (fins a 119 m² es consideren autoserveis, entre 120 i 399 m² superserveis, entre 400 i 2.500 m² supermercats), hipermercats (més de 2.500 m²) i complexos comercials (grans magatzems de més de 10.000 m² i magatzems populars de menys de 10.000 m²). El pla incideix en la localització de les activitats comercials alimentàries dins de la ciutat, i estableix una determinada territorialització, a partir de la qual es defineix l'estructura comercial necessària per tal de satisfer la demanda alimentària per cadascuna de les àrees de la ciutat. Igualment recull diferents característiques de la distribució i de l'equipament comercial alimentari com, per exemple, una superfície mínima de 40 m² pels nous establiments alimentaris especialistes, com a garantia per assegurar la seva competitivitat. Els mercats municipals ocupen un lloc importantíssim dins el pla, en tant que cobreixen l'oferta de prop del 60% del aliment fresc a Barcelona.

Aquest pla va ser recorregut per la Generalitat de Catalunya per considerar que topava amb les seves competències en matèria d'ordenació i legislació comercial. Així en el recurs no tant sols s'especifiquen, malgrat que probablement siguin els més importants, qüestions de competències, sinó que d'alguna manera s'aprofita per a sol·licitar la declaració de la Corporació Metropolitana de Barcelona (CMB), que en aquell moment assumia conjuntament amb l'Ajuntament de Barcelona l'aprovació del Pla Especial d'Equipament Comercial Alimentari de Barcelona, com a ens inconstitucional, i a partir d'aquesta declaració de revocar tot instrument normatiu emanat de la Corporació¹⁶; a més, el recurs tracta de fonamentar-se en altres qüestions: minva de la llibertat d'empresa, vulneració de la llei del sòl, i d'altres.

El tribunal va rebutjar el recurs interposat per la Generalitat, i al mateix temps, va sentar les bases de dret sobre les quals es fonamenta el PECAB i, per extensió, l'ordenació que es pot fer de l'activitat comercial per mitjà de la seva vinculació a les normatives urbanístiques, en concret la sentència afirma: *"el Plan Especial que se impugna, como se indica en el art. 1º de su normativa, tiene por objeto, no regular el comercio interior de la ciudad de Barcelona, sino la ordenación urbanística y la regulación de los usos y de las*

16. En aquest aspectes, també es va desestimar la interpretació de la Generalitat, i el tribunal va trobar plenament constitucional i ajustada a dret l'existència d'un ens supramunicipal com la CMB.

actividades comerciales alimentarias en el término municipal de Barcelona... Las limitaciones contenidas en el Plan recurrido, no se basan en razones comerciales sino, en armonía con la finalidad del Plan, estan en función de los usos del suelo, que es lo propio de la normativa urbanística; Sentado que el objetivo del Plan es netamente urbanístico, con la amplia gama que a este concepto se establece en el art. 3º de la Ley del Suelo, ha de señalarse que la figura del Plan Especial es idónea a los fines perseguidos, dado el tenor de los arts. 17, 23 y concordantes, de la Ley del Suelo, que configuran tales planes con extraordinaria amplitud”.

És a dir, que les limitacions que s'estableixen per a l'activitat comercial s'atenen a dret en tant en quant es realitzen en funció dels usos del sòl i no per raons comercials; i en l'esperit d'aquesta conclusió i d'aquesta jurisprudència s'han basat sentències posteriors que han derogat determinades accions de la Generalitat (prohibicions d'inici d'obres de noves grans superfícies, moratòria comercial del 1996...), precisament perquè l'intent de connexió entre matèria comercial i normativa urbanística, elaborat en la legislació emanada de la Generalitat, s'havia realitzat sense èxit, ja que no es fonamenta en la regulació de l'activitat comercial per la regulació, a la seva vegada, dels usos del sòl, sinó que per raons merament comercials invoca la normativa urbanística; amb la qual cosa la regulació que s'intenta fer queda anul·lada en quant arriba als tribunsals, ja que aquesta, jugant amb les

paraules de la sentència del PECAB, no “esta en función de los usos del suelo, que es lo propio de la normativa urbanística”. Naturalment, no hi ha res que impedeixi fer una regulació de l'activitat comercial basada en raons comercials, però per fer això hi ha d'haver una reglamentació, una llei i una normativa comercial clara, que les ampari; cosa que és possible que succeeixi a partir de la Llei 1/1997 d'Equipaments Comercials, sobretot en la mesura que desenvolupa les competències atribuïdes a les Comunitats Autònomes per la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, de gener de 1996, però que abans no existia.

La Generalitat va presentar un recurs d'apel·lació davant el Tribunal Suprem, que la va denegar, confirmant la sentència i, a més, criticant la forma en que s'havia fet el recurs (que arriba a denominar “práctica procesal viciosa”) i la total absència d'arguments nous en el plantejament del recurs, respecte als exposats davant l'Audiència de Barcelona en el seu dia.

Vinculades a la filosofia del PECAB, es troben les actuacions realitzades, amb posterioritat, en el marc del comerç alimentari més depenent de l'administració municipal, és a dir, els mercats municipals. Aquests han estat objecte d'una atenció especial que inclou mesures de remodelació urbanística (millora dels edificis, facilitats d'aparcament, i d'altres) i d'adequació i millora de l'oferta comercial (reducció del nombre d'operadors, introducció de tècniques de venda més

modernes i servei a domicili). Des de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona s'ha portat a terme la gestió d'aquesta activitat de reestructuració i de modernització dels mercats, i que ha tingut, al mateix temps, un reflexe recent en la formulació del Pla Bàsic d'Actuació de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona per al període 1996-1999; aquest pla té com a objectius fonamentals la racionalització de l'oferta, la millora comercial i la renovació de les estructures, i fa una classificació dels mercats municipals en funció de les necessitats de reformes de cada un d'ells, que van des de la remodelació integral fins al simple manteniment de les estructures.

Un any més tard, el 1987, es publicava la Llei 3/1987 de 9 de març d'Equipaments Comercials. Aquesta llei ha estat, des de la seva promulgació, fins l'actualitat, la pedra angular de la regulació comercial a Catalunya. La llei es va considerar capdavantera i innovadora en l'ordenació jurídica, i, a més, com una de les primeres normatives específiques per a l'ordenació del comerç. Malgrat això, és notable l'influència del PECAB en alguns aspectes de la Llei 3/1987, com, per exemple, les classificacions dels establiments comercials, que la llei estén més enllà del camp estrictament alimentari. La llei recull en l'article 2 i en els apartats 2.1. i 2.2., la tipologia i catalogació dels establiments comercials, que es realitza a partir d'un tipus doble; per una banda segons el tipus de venda (engròs o detall), i per una altra, segons el seu caràcter (individual i col·lec-

tiu). Es consideren establiments col·lectius els punts de venda o parades situats dins un conjunt i un mateix recinte; així son establiments col·lectius els mercats municipals, les llotges, els centres de contractació amb presència física de mercaderies i els mercats a l'engròs i al detall. Hi ha una manca de definició de la galeria comercial i de classificació dels establiments individuals. Aquesta ambigüitat en la definició i en les classificacions, donen a la Llei un marcat caràcter generalista, que pot concretar-se, o no, a partir dels reglaments o decrets concrets.

Pel que fa als aspectes urbanístics, la Llei 3/1987 relaciona l'equipament comercial amb el planejament en general, i amb les diferents figures del planejament urbà vigent a Catalunya; des d'aquest punt de vista, crea un vincle entre l'equipament comercial, l'urbanisme comercial i les infraestructures urbanes. Aquest vincle és tan fort que, de fet, es converteix en l'instrument legal fonamental, la causa de dret, que facilitarà l'autorització o denegació per a l'instal·lació d'un nou equipament comercial. Així, el planejament urbanístic al voltant dels equipaments comercials, ha de tenir presents les següents qüestions:

a) per una banda, tot el que afecta als consumidors: la interrelació entre hàbitat i equipament comercial; les necessitats de compra dels consumidors, que hauran de reunir les condicions de proximitat, accessibilitat i comoditat.

b) per altra banda, i en relació a les reserves de sòl: l'equipament comercial públic necessari, l'espai per grans centres comercials estarà en funció de les necessitats de la població¹⁷.

c) caldrà també, pel que fa referència a la intervenció municipal, que la Comissió Territorial d'Equipaments Comercials emeti un informe sobre les reserves de sòl per a l'equipament comercial públic i grans centres comercials, segons la capacitat de cada municipi¹⁸.

e) també s'estableix que, tant l'administració actuant, com els participants, tindran capacitat per a elaborar plans especials¹⁹, previ informe favorable i preceptiu de la Comissió, on s'exposarà l'aprofitament de l'ús de les reserves de sòl.

d) i, per últim, els ajuntaments hauran d'adequar les seves competències i reglaments d'usos del sòl²⁰, al redactat d'a-

questa Llei, com s'especifica en el seu article 8.

A partir d'aquesta Llei, la iniciativa i participació municipal en qüestions de grans equipaments comercials, queda lligada als informes emesos per les Comissions, que es converteixen en un dels organismes claus per l'ordenació efectiva del sector, i per l'implantació de nous equipaments.

Els requisits que es precisen complir, per tal d'obrir un nou establiment comercial, s'especifiquen en els articles 9, 10, 11, 12 i 13 de la Llei; una vegada complertes les condicions necessàries indicades en aquests articles, s'obtindrà la llicència d'obertura. Aquesta es troba subjecte als condicionants específics pels diferents tipus d'establiments comercials, que s'estableixen segons la normativa de l'Administració de la Generalitat, que tindrà que especificar les característiques tècniques, el grau de professionalitat del titular i l'informe favorable de la Comissió Territorial d'Equipaments Comercials, aquest últim es basarà en els següents criteris: la localització de l'establiment; la precisió de l'ocupació del sòl en un pla especial de l'ajuntament; l'accessibilitat

17. Aquests conceptes seran recollits posteriorment al Pla Territorial Sectorial d'Equipaments comercials 1996 i a la Llei 1/1997.

18. Aquesta funció de les comissions d'equipaments comercials quedarà recollida al Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials, dins la part que regula la quantitat d'establiments municipals.

19. Seguint l'esquema traçat pel PECAB.

20. Mitjançant aquest aspecte de la Llei es busca fonamentar la causa de dret per tal d'acceptar o no un nou equipament comercial, connectant-la amb la normativa del planejament urbanístic.

- en relació als mitjans de transport; les càrregues efectives per a la col·lectivitat; els efectes sobre el nivell d'ocupació en l'àrea d'influència comercial; l'aportació a la millora de les estructures comercials de la zona; i, per últim, en cas de que estiguin establerts, en relació als criteris del programa d'orientació per a l'equipament comercial²¹. En el cas que la sol·licitud d'obertura sigui denegada, s'estableix, en l'article 14 de la Llei, el tipus de recurs d'alçada que es pot presentar davant del conseller de Comerç, Consum i Turisme.

Altres aspectes que marca la Llei es recullen en els articles 15 i 16, que estableixen la possibilitat de crear, per part dels ajuntaments, uns Programes d'Orientació per a l'Equipament Comercial (POEC). Aquest programa es basarà en criteris urbanístics, d'hàbits de compra i consum i la seva evolució, una anàlisi comparativa de l'oferta i la demanda, condicionants per a superar els desequilibris existents i el possible impacte supramunicipal de les noves implantacions; els Programes, però, han de ser sotmesos a l'aprovació del Departament de Comerç.

Els articles 17, 18 i 19 es refereixen a les característiques a seguir per establir una classificació dels establiments comercials, desenvolupant l'article 2 de la mateixa Llei. Així, s'estableix que es

pot formular una diferenciació del comerç segons l'assortiment, la tècnica de venda, la superfície, el nivell de servei, la localització, i el tipus de la promoció, pública o privada. Finalment la Llei fa referència a les Comissions Territorials d'Equipaments Comercials, la reglamentació i funcions de les quals es concreten posteriorment, en el Decret 138/1987 del 9 d'abril.

Un dels objectius bàsics de la Llei 3/1987 del 9 de març era l'ordenació espacial de l'activitat comercial. En aquest sentit, cal destacar la clara vinculació que estableix entre l'equipament comercial i l'urbanisme comercial amb les figures preexistents de planejament urbà, intentant seguir el precedent jurídic que va establir la sentència del PECAB. El problema, o problemes, que apareixen a partir de l'aprovació de la llei, es donen quan s'apliquen els criteris urbanístics, que són els que recullen la normativa, per autoritzar o denegar nous establiments comercials, sempre, però, en funció de criteris que, de fet, tenen poc a veure amb qüestions urbanístiques. En aquest sentit, junt a una reglamentació vinculada a l'urbanisme comercial i al planejament territorial, es trobava a faltar una altra reglamentació complementària vinculada a criteris comercials objectius, que d'alguna manera ja intentava apuntar la llei, però, que en realitat,

no es concretava en res, i quedava subjecta a una gran ambigüetat.

Entre altres conseqüències la llei comportà la necessitat, per part de l'administració, de preveure les reserves de sòl necessàries per l'equipament comercial públic i per els grans centres comercials privats, que es consideren d'interés social. Aquestes reserves de sòl s'han de tenir en compte a l'hora de la tramitació i revisió del planejament urbanístic. Altra virtualitat de la Llei era la regulació que es feia de les grans superfícies, especialment a partir de les atribucions de la Comissió Territorial d'Equipaments Comercials, de tal manera que la instal·lació d'una gran superfície comercial, superior als 2.500 m², quedava a la pràctica sotmesa al dictamen d'aquestes. Una conseqüència directa d'aquesta norma, ha estat la proliferació de nombroses superfícies comercials molt pròximes als 2.500 m², però, just una mica per sota d'aquesta xifra, amb la qual cosa s'evita la fiscalització de la normativa i la necessitat d'aprovació de la Comissió.

Encara l'any 1987, fou promulgat el Decret 139/1987 de 9 d'abril de Constitució de les Comissions Territorials d'Equipaments Comercials, pel qual es desenvolupava la figura i les atribucions de la Comissió, prevista per la Llei 3/1987 del 9 de març, i que l'hi otorgava un gran pro-

21. El desenvolupament d'aquests programes per part dels ajuntaments és de tipus facultatiu. Els POEC han estat una figura poc utilitzada pels municipis.

tagonisme. Les Comissions eren els òrgans fonamentals que decidien sobre la regulació del comerç, eren òrgans col·legiats i els integraven representants de l'Administració (Generalitat i Ajuntaments), tècnics i especialistes, representants de les Cambres de Comerç, Indústria i Navegació, de les organitzacions i associacions de comerciants més representatives i de les associacions de consumidors.

S'establiren, tres àmbits bàsics d'actuació de les comissions. Per una banda la valoració dels programes d'equipament comercial elaborats pels ajuntaments, segons els criteris de la Llei 3/1987. Per altra banda, i en relació al planejament urbanístic, l'informe favorable de les comissions. Permet intervenir en l'ordenació dels usos comercials, en les condicions d'accessibilitat, en la capacitat d'aparcament, i d'altres elements establerts en el planejament. I en tercer lloc, decideixen sobre els projectes d'implantació de grans superfícies comercials. La llei establí l'emissió d'un informe vinculant de les comissions per l'instal·lació de grans superfícies comercials o establiments comercials de més de 2.500 m² de superfície de venda o 3.000 m² construïts, en municipis de més de 25.000 habitants, o també, projectes d'establiments de més de 1.500 m² de superfície de venda o 2.000 m² de superfície construïda en municipis de menys de 25.000 habitants. En cas de denegació del projecte per la Comissió, l'ajuntament no podia atorgar les llicències d'obra i d'apertura.

Els criteris en els que les comissions basen els seus informes atenen a les consideracions sobre: en primer lloc que el projecte sigui recollit en les necessitats expressades pel POEC (en cas de que aquest existeixi); en segon lloc que la ubicació i les característiques de l'establiment projectat contribueixin de forma efectiva i positiva a completar l'estructura comercial de l'àrea; en tercer lloc, que la implantació de la nova superfície comercial pugui tenir efectes positius sobre els nivells d'ocupació de l'àrea; en quart lloc, que s'afavoreixi l'accessibilitat mitjançant la utilització del transport col·lectiu; en cinquè lloc, que la xarxa viària de l'àrea pugui absorbir l'increment de trànsit generat per l'implantació; i en sisè, i últim lloc, que la capacitat d'aparcament prevista per la nova instal·lació sigui suficient i adequada.

El paper de les comissions ha estat decisiu en molts casos per l'aprovació o la denegació de la implantació de noves grans superfícies comercials, no obstant, els informes negatius en projectes concrets, i la prohibició subsegüent dels mateixos, han estat anul·lats molt sovint, tot just quan els recursos presentats pels promotors i/o els ajuntaments afectats, han arribat als tribunals de justícia, que de forma sistemàtica han deixat sense vàlua tot allò que han disposat les comissions. En moltes ocasions, aquestes sentències es deuen a una clara disparitat de criteris legals entre l'actuació de l'Administració de la Generalitat, i la interpretació que de la normativa fa el Tribunal

Superior de Justícia de Catalunya, com es veurà més endavant.

I finalment, encara dins del mateix any 1987, fou promulgat el decret 122/1987 sobre el programa de Finançament d'Inversions als Equipaments Comercials (FIEC) del Departament de Comerç, Consum i Turisme, per a l'establiment de procediments i la definició de les característiques per al finançament d'inversions destinades a la modernització i la racionalització del comerç. Entre d'altres objectius, aquest programa facilitava subvencions per tal d'ajudar i promoure la competitivitat del comerç tradicional. Aquest tipus d'ajudes també les recollirà, posteriorment, la *Ley de Ordenación del Comercio Minorista*.

1.3. ALGUNES CONSEQÜÈNCIES I ASPECTES SUBSIDIARIS I ORIENTATIUS DE LA LEGISLACIÓ COMERCIAL: DE 1988 FINS 1996

Entre 1988 i 1996, s'aproven una sèrie de decrets, ordres i lleis que només fan que desenvolupar i completar la Llei 3/1987 de 9 de març d'Equipaments Comercials. L'any 1996, però, s'entrà en una nova situació amb l'aprovació de la *Ley de Ordenación del Comercio Minorista*, a nivell estatal, complementada, a nivell autonòmic, per la modificació de la Llei d'Equipaments Comercials l'any 1997.

Aquest seguit de decrets, ordres i lleis, que s'han promulgat en el període de temps abans esmentat, són, de forma esquemàtica:

a) El 10 de febrer de 1988 s'aprovava l'ordre que establia la distribució i els procediments per a la concessió de subvencions de promoció comercial; es tractava d'una ordre molt vinculada a un moment concret i a la política de promoció comercial prevista per la Generalitat l'any 1988;

b) El 12 de juliol de 1990 s'aprovava el decret legislatiu 1/1990 que reforma els textos legals vigents a Catalunya en relació al planejament i a d'altres aspectes urbanístics. Es tractava d'un decret important perquè en ell es basarà la causa de dret invocada per la moratòria comercial de gener de 1996.

c) El 29 de novembre de 1991 es promulgava la Llei 23/1991, de Comerç Interior de Catalunya, per la qual es regulaven, des de el punt de vista administratiu, alguns aspectes bàsics del comerç interior, amb la fi d'ordenar l'exercici de l'activitat comercial a Catalunya. La Llei definia l'activitat comercial, al detall i a l'engròs, i els requisits que es precisaven pel seu exercici, a més es regulaven els horaris comercials, la informació sobre preus dels productes i les modalitats de venda, i es facilitava al consumidor un període de reflexió respecte a la devolució dels productes en les vendes a domicili, entre d'altres qüestions. Aquesta Llei derogava el Capítol V de la Llei 1/1983 del 18 de febrer que prenia disposicions sobre la venda de rebaixes. Igualment es creava un registre de comerciants on tenien que inscriure's totes les persones físiques que volien exercir l'activitat comercial. La Llei va a ser recorreguda davant el Tribunal Constitucional, que va estimar inconstitucional la regulació d'horaris i el període de reflexió del consumidor.

d) L'any 1993 s'aprovava el decret legislatiu que feia una refosa dels articles i preceptes de les Lleis 1/1983 i 23/1991, que no havien estat declarats inconstitucionals i, en conseqüència, venia a substituir el que hi havia de vigent en ambdues lleis.

e) El 23 de febrer de 1993 es promulgava un decret pel qual es feien algunes modificacions sobre la regulació i la composició de les Comissions Territorials d'Equi-

paments Comercials, així com també es feia referència i s'establien normes i criteris de funcionament de les comissions.

f) I, finalment, el 22 de febrer de 1994 s'aprovava el decret 14/1994, que s'aprovava i era conseqüència del Real-Decreto ley 22/1993 del 29 de desembre, on s'establien les bases per la regulació d'horaris comercials. El decret 41/1994 establia un total de 72 hores d'apertura setmanal i un màxim permès de 8 dies festius l'any amb possibilitat d'apertura dels establiments comercials.

1.4. EL MARC JURÍDIC ACTUAL

El marc jurídic que regula l'activitat comercial i de distribució a Catalunya en l'actualitat vé definit essencialment per la *Ley de Ordenación del Comercio Minorista*, de gener de 1996, a nivell estatal, i fins ara, per la *Llei d'Equipaments Comercials* 3/1987 de 9 de març, modificada per la *Llei d'Equipaments Comercials*, aprovada el 19 de març del 1997 pel Parlament de Catalunya. Els efectes de la nova llei en el sector encara no s'han mesurat suficientment. La cronologia i les fites principals de la situació jurídica actual segueixen l'esquema següent:

a) La llei 7/1996 del 15 de gener de *Ordenación del Comercio Minorista*, i la Ley Orgánica 2/1996 del 15 de enero, complementària de la *Ordenación del Comercio Minorista*; ambdues d'àmbit estatal.

b) Ordre del 12 de gener de 1996 per la formació d'un pla territorial d'establiments comercials i de moratòria d'un any per noves obertures comercials a Catalunya. Posteriorment es suspenguè la moratòria.

c) El Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials de desembre de 1996.

d) La *Llei d'Equipaments Comercials* del 24 de març de 1997.

e) La revisió del Pla Territorial d'Equipaments Comercials.

g) Moratòria comercial de sis mesos²².

h) El decret de setembre del 1997, pel qual es desplega la Llei 1/1997, de 24 de març, d'equipaments comercials.

En general, els criteris de la legislació comercial emanada de la Generalitat, fins ara, s'han basat en un desig de mantenir la més àmplia discrecionalitat possible. Aquesta discrecionalitat s'utilitza tant per otorgar com per denegar obertures de nous establiments, i en aquesta filosofia s'han organitzat les diferents comissions i els seus informes. Els fonaments de dret s'han anat a buscar a la normativa urbanística, per això es recorre al decret de refós de les lleis i normes urbanístiques catalanes del 1990, a la qual s'acudeix per emparar les decisions preses per les comissions i pel Departament de Comerç.

No obstant l'estratègia de recolzar el comerç tradicional, amb una aplicació de la normativa urbanística, ha fracassat reiteradament davant els recursos interposats

als tribunals, els quals accepten l'aplicació de la discrecionalitat positiva, per exemple, quan es concedeix l'obertura d'un nou centre, però no l'aplicació de la negativa, per greuge comparatiu i perjudici, i perquè no hi ha una legislació o normativa vàlida on basar-se. En realitat, la jurisprudència sorgida de les sentències del Tribunal Superior de Justícia de Catalunya, en relació a aquest tema, són força aclaridores de la situació jurídica, és a dir, en el camp estrictament comercial no es pot denegar pel simple fet de que no hi havia cap llei que ho regulés, i els criteris urbanístics no són aplicables quan el que s'està ordenant són qüestions d'estructura comercial i no d'estructura urbanística.

La llei 7/1996 del 15 de gener²³ de *Ordenación del Comercio Minorista*, la qual, juntament amb la 2/1996, també del gener, s'organitzen en quatre títols i una sèrie de disposicions addicionals, transitòries i derogatòries, així com una llei complementària.

La llei tracta d'ordenar l'activitat del comerç al detall, tot regulant el procés d'introducció de les empreses internacionals de distribució en el mercat espanyol, i de donar un temps al comerç tradicional, per tal que pugui adaptar-se al nou marc i a la

22. Que apareix com a primera disposició transitòria de la Llei 1/1997.

23. En quant a la iniciativa, o a l'impuls, d'aquesta llei estatal sembla que ha tingut algun paper el grup parlamentari de Convergència i Unió al Congrés dels Diputats a Madrid; com es desprèn de tota la tramitació prèvia i les negociacions que van tenir lloc entre els grups del PSOE i CiU des de la presentació del projecte de la "Llei Roca".

previsible llibertat futura d'horaris comercials, avui per avui encara inexistent. De fet, en el text legal no es parla pas de municipis ni de consumidors, el que la llei intenta és simplement ordenar el sector de la distribució, en el que es poden apreciar dos sistemes de distribució complementaris i diferents: per una banda, les noves formes comercials (que comporten, també, una nova tecnologia), i per una altra, les formes tradicionals de comerç (que tenen una important repercussió en la població activa).

Quan als horaris estableix una limitació d'horaris comercials d'apertura en festius fins l'any 2001, a més, la regulació d'aquests horaris ha estat traspasada, també per llei, a les Comunitats Autònomes. Una altre aspecte important de la Llei és la consagració de l'anomenada doble llicència d'apertura, que correspon a la necessitat d'una doble autorització, de l'administració municipal i de l'administració autònoma, per l'apertura de nous establiments comercials. Paral·lelament a la Llei s'ha desenvolupat un Pla de Modernització del Petit Comerç, que té una durada de cinc anys i inclou la inversió d'uns 100.000 milions de pessetes, i preveu la concessió de crèdits tous i ajudes per a integrar el sector tradicional en els nous models de distribució.

En segon lloc hi ha l'ordre del 12 de gener de 1996 per a la formació d'un pla

territorial d'establiments comercials a Catalunya, que es promulga de forma quasi paral·lela a la nova llei d'àmbit estatal. Aquesta ordre va ser promulgada pel Departament de Comerç, Consum i Turisme, i encarregava la creació d'un pla territorial d'establiments comercials i, la promulgació d'una moratòria d'un any de durada per a l'apertura de nous grans centres comercials. De fet l'ordre va esdevenir polèmica a arrel d'aquesta moratòria, que va ser l'esdeveniment pel que es va conèixer l'ordre com de moratòria comercial, malgrat que aquesta no surt en el nom de l'ordre. La moratòria va marcar en bona mesura la situació jurídica del comerç a Catalunya durant l'any 1996, i va ser tota una declaració d'intencions de la política comercial que per a aquest any havia dissenyat la Generalitat, que no era una altra que d'estabilitat del sector, cap les grans superfícies, i de no afavorir cap canvi fins la promulgació del pla territorial sectorial d'equipaments comercials, prevista per a finals de 1996 o començaments de 1997. La moratòria novament va ser recorreguda davant els tribunals i finalment derogada.

L'ordre es recolza en la legislació urbanística (Decret legislatiu 1/1990 del 12 de juliol), en el planejament territorial i en les seves figures jurídiques (la denegació de les llicències d'edificació), per tal de basar la causa de dret de la moratòria, que per altra banda respon exclusivament

a criteris de política comercial. Aquest plantejament és el que es discutí en les sentències judicials que es promulgaren a partir dels recursos presentats als tribunals en relació a la moratòria.

Les sentències fonamentant la suspensió de l'ordre de moratòria, es van basar en el fet de considerar que no era vàlid el lligam que la Generalitat feia entre una mesura de caràcter urbanístic, com és la denegació de la llicència d'edificació, i el raonament basat en qüestions de política comercial, que era la causa de la denegació. A més, el tribunal va considerar que, fins i tot en el cas d'acceptar aquest lligam –cosa que expressament no va fer–, tampoc seria vàlida l'ordre de moratòria, ja que aquesta es recolzava en la consideració del futur Pla sectorial d'equipaments comercials com a pla territorial i, segons el tribunal, els plans territorials no tenien capacitat legal de suspendre les llicències d'edificació, això només ho podien fer els Plans Generals Municipals, les seves normes complementàries i subsidiàries els plans parcials, els plans especials²⁴, els programes d'actuació urbanística i els estudis de detall, entre altres instruments de desenvolupament dels Plans Generals Municipals.

La sentència inicial del 28 de juny de 1996 va a ser recorreguda, en recurs de súplica, per la Generalitat davant la mateixa Sala, aquesta va confirmar el 17 de

24. Dins d'aquesta figura es troba el PECAB.

juliol de 1996 tots els termes de la sentència ja emesa i va desestimar el recurs de l'Administració Autònoma.

El tercer fet important fou la confecció d'un Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials (PTSEC), que ja venia dictada per l'article 1 de l'ordre de 12 de gener de 1996 del Departament de Comerç, Consum i Turisme; malgrat que la suspensió de l'Ordre havia estat dictada pel Tribunal Superior de Justícia de Catalunya, aquesta no afectava a l'elaboració del Pla sinó només a la moratòria que l'acompanyava. El Pla va ser realitzat pels serveis tècnics de la Direcció General de Comerç amb la col·laboració de l'Institut d'Estadística de Catalunya, presentant-se el 13 de desembre de 1996.

El primer pla tenia un caràcter provisional, ja que s'havien de contemplar encara totes les alegacions com, les que podien presentar els diferents ajuntaments de Catalunya afectats. Posteriorment, en base al resultat de les alegacions i possibles modificacions, es procediria a la seva aprovació definitiva. Es considerava un pla sectorial d'equipaments integrat dins del marc del Pla Territorial General de Catalunya. L'objectiu declarat del Pla és l'ordenació de les noves implantacions de grans superfícies de comerç detallista, per la qual cosa s'estableix un estudi preliminar i la normativa subsegüent. El pla és en bona mesura un pla de regulació de grans superfícies comercials, i no tant un instrument per l'ordenació i la planificació de tot el sector comercial.

El Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials s'estructura en una memòria, on es recull la situació del sector comercial a Catalunya en el moment de l'elaboració del Pla i la metodologia emprada per confeccionar-lo, un document normatiu i una sèrie d'annexos amb la definició i la tipologia dels establiments, els municipis que són objecte del pla (capitals de comarca i poblacions de més de 5.000 habitants), dades amb l'estructura comercial comarcal, indicadors de capacitat del tipus de dotació comercial per subsectors i per a cada comarca, i, finalment, mapes de la dotació comercial a Catalunya per comarques i subsectors.

La base per a la regulació de les grans superfícies és l'IAE. A partir de les dades de l'impost es calculà l'oferta comercial existent a cada àmbit territorial. La superfície que s'utilitzà a efectes de comptabilitzar els m² d'oferta comercial fou, essencialment, la superfície de venda, i no l'edificada. La metodologia estadística utilitzada pel càlcul de la superfície comercial la va a elaborar l'Institut d'Estadística de Catalunya, en part utilitzant experiències anteriors, creades i realitzades al País Basc; metodologia que no ha estat considerada satisfactòria per totes les parts afectades pel Pla, per exemple, algunes administracions municipals, com la de Barcelona, han manifestat una sèrie d'objeccions respecte a la veracitat de les xifres de superfície comercial obtingudes, i en les que es basen les actuacions de partida i previsions del Pla, en relació a l'oferta comercial existent.

El Pla no contempla, en la seva redacció original, un marc d'aplicació de mobilitat comercial al voltant d'un sistema de ciutats, aquesta mobilitat podria ser estudiada a partir d'un model gravitacional en el que s'inclou el càlcul de probabilitats. Una altra qüestió que no es presenta en el Pla és la realització d'estudis de casos concrets, especialment en llocs on s'han instal·lat grans centres comercials –per tal de mesurar el seu impacte–, però també de casos amb una estructura comercial sense la presència de grans superfícies –per tal de veure si hi ha o no diferències notables en el comportament de l'estructura comercial–.

Finalment, el 19 de març de 1997 es va aprovar pel Parlament de Catalunya la nova llei d'equipaments comercials que ve a substituir la Llei 3/1987, del 9 de març, d'equipaments comercials, i el Decret 97/1993, del 23 de febrer, sobre les Comissions. Aquesta nova llei és, sens dubte, el marc de referència jurídic que a partir d'ara s'haurà de tenir en compte. La Llei 1/1997 del 24 de març és la resposta lògica a la situació creada després de l'aprovació de la *Ley de Ordenación del Comercio Minorista* del 1996, i, també, en certa mesura un desenvolupament en l'àmbit català dels preceptes sorgits d'aquesta.

En una primera anàlisi, la llei, sembla respondre a dos criteris bàsics: per una banda, el manteniment de la vinculació entre la política comercial, l'urbanisme comercial i el planejament territorial i urbanístic;

i per altra banda, reforçament de la capacitat reguladora i d'ordenació de la llei, a partir dels seus aspectes més purament comercials, amb el desenvolupament de la potestat d'autorització o denegació d'apertura d'establiments prevista per la Ley 7/1996 del 15 de enero (la segona llicència).

Respecte a la primera línia d'actuació de la Llei, s'inclou la regulació i les funcions del Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials (articles 8, 9, 10, 11, 12 i 13); i la modificació de l'article 58 del Decret legislatiu 1/1990, del 12 de juliol, de refosa dels textos legals vigents a Catalunya en matèria d'urbanisme. En quant a la segona línia d'actuació, aquesta queda reforçada i definida ja en el Preàmbul (quan es fa menció expressa de l'obligació de sol·licitar una llicència comercial d'apertura previa per a les implantacions de grans superfícies) i en els articles 4 (que tracta de les llicències comercials) i 5 (sobre els elements a tenir en compte per a l'atorgament d'una llicència comercial).

La resta de l'articulat de la Llei fa referència a l'objectiu de la llei, la definició del que es considera equipament comercial i les seves tipologies (individuals i col·lectius, recinte comercial, parc comercial), la definició de grans establiments comercials i la seva consideració diferencial segons la població més de 2.500 m² de superfície de venda en poblacions de

més de 25.000 habitants, 1.300 m² en poblacions entre 10.000 i 25.000 habitants, més de 1.000 m² en poblacions de menys de 10.000 habitants. A més es recull alguna novetat important, com es que la consideració de gran superfície es realitza a partir de la suma de la superfície de venda de tots els establiments, i no tant sols de l'hipermercat o de l'establiment motor del centre. Es formulen les noves Comissions d'Equipaments Comercials, l'establiment d'una taxa per la tramitació de la llicència comercial, l'elaboració de programes d'orientació per als equipaments comercials, les mesures de modernització dels equipaments comercials —on es recull la possibilitat de crear tributs específics per a tal efecte, les infraccions i el règim sancionador i, per últim, les mesures cautelars i les multes coercitives.

La polèmica al voltant de la nova llei s'ha formulat a partir de dos fets, per una banda la possibilitat de creació de nous impostos sobre les grans superfícies, que consta de la taxa per la tramitació de la llicència que podria ser de 500 pessetes per m², i un impost anual de 1000 pessetes per m²; per altra banda la formulació d'una nova moratòria comercial de sis mesos de durada.

La suspensió temporal de les llicències, que ve recollida a la primera disposició transitòria de la Llei 1/1997, finalitza amb l'aparició del decret legislatiu de

setembre del 1997. Aquest decret complementa una sèrie de definicions que ja apareixen a la llei (els tipus d'equipament comercial, els grans establiments comercials, el de caràcter col·lectiu...), a més s'especifiquen els diferents tipus de superfície dels establiments (edificada, de venda), les condicions relatives a la sol·licitud i tramitació de la segona llicència comercial i a les taxes d'aquesta tramitació, els criteris per a l'atorgament de la llicència, les característiques d'aquesta (vigència, transmissibilitat, suspensió...), la coordinació amb el planejament urbanístic, la realització facultativa de programes d'orientació per als equipaments comercials pels ajuntaments i, finalment, les atribucions i composició de la Comissió d'Equipaments Comercials.

Després d'aquests darrers anys d'activitat legislativa i jurídica intensa, sembla que, més enllà de les valoracions diferents que se'n pugui fer, la situació estaria estabilitzada. Hi ha una llei d'ordenació a nivell estatal, hi ha un pla territorial per Catalunya més o menys consensuat i hi ha, finalment, la regulació del mercat europeu que s'unificarà el 1999 monetàriament. Podria considerar-se que l'hora dels legisladors i, sobretot, dels tribunals ha passat i que els diversos agents que intervenen en l'activitat comercial, a Catalunya i a Barcelona, poden treballar i col·laborar en la creació de les noves condicions del comerç i del consum del segle XXI.

Llei	Data	Tema objecte de la regulació				
		Apertura de nous establiments	Horaris d'apertura	Vendes especials: rebaixes	Vendes especials: vendes a pèrdues	Ordenació del sector comercial
Legislació estatal						
Decret llei de <i>Medidas de ordenación económica</i> 2/1985	30.04.85			Liberalitzador		
Decret llei	29.12.93		Regulació d'horaris comercials			
Llei de <i>Ordenación del comercio minorista</i> 7/1996	15.01.96	Establiment de la doble llicència d'apertura	Limitació d'horaris fins l'any 2001	Període de rebaixes: 2 temporades anuals (principis d'any i estiu); mínim una setmana de durada i màxim 2 mesos	Prohibició de la venda a pèrdua	Ordenació del comerç minorista
Legislació autonòmica						
Regulació administrativa de determinades estructures comercials i vendes especials 1/1983	18.02.83			Període de rebaixes: del 7/1 al 20/2 i del 15/7 al 31/1	Defineix els termes de la venda de saldos i de liquidació	
Decret 154/1985 de Regulació d'horaris comercials	06.06.85		Regulació d'horaris comercials			
Llei d'equipaments comercials 3/1987	09.03.87	Condiciona l'apertura de grans superfícies comercials de més de 2.500 m ²				Regulació del sector comercial en general, i ordenació espacial del sector comercial

Llei	Data	Tema objecte de la regulació				
		Apertura de nous establiments	Horaris d'apertura	Vendes especials: rebaixes	Vendes especials: vendes a pèrdues	Ordenació del sector comercial
Decret 139/1987 de constitució de les Comissions Territorials d'Equipaments Comercials (CTEC)	09.04.87	Necessitat d'un informe favorable de les CTEC per a l'apertura d'una gran superfície				Creació de les CTEC i definició del seu àmbit d'acció
Decret 1226/1987 sobre el programa FIEC						Inversió i finançament del comerç
Ordre de distribució i dels procediments per a la concessió de subvencions de promoció comercial	10.02.88					Concessió de subvencions de promoció comercial
Decret 1/1990	12.07.90					
Llei de comerç interior de Catalunya 23/1991	29.11.91		Regulació d'horaris comercials	Substitueix el disposat sobre les rebaixes a la llei 1/1983		Regulació del comerç interior de Catalunya en general
Decret	23.02.93					Modificacions sobre la composició de les CTEC
Decret 14/1994 de regulació d'horaris comercials	22.02.94		Regulació d'horaris comercials: 72 hores d'apertura setmanal, amb un màxim de 8 dies festius oberts a l'any			

Llei	Data	Tema objecte de la regulació				
		Apertura de nous establiments	Horaris d'apertura	Vendes especials: rebaixes	Vendes especials: vendes a pèrdues	Ordenació del sector comercial
Ordre per a la formació d'un Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials	12.01.96	Moratòria d'un any per a l'apertura de grans superfícies Regulació de la				Creació del Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials
Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials (PTSEC)	12.96	implantació de grans superfícies				Ordenació espacial del sector comercial (equipament comercial per municipis)
Llei d'equipaments comercials 1/1997	19.03.97	<ul style="list-style-type: none"> • Moratòria de sis mesos per a la revisió del PTSEC • Establiment de taxes sobre la segona llicència • Regulació de la segona llicència • Definició de gran establiment comercial segons la població del municipi 				Ordenació espacial del sector comercial segons les directrius del PTSEC
Legislació local PECAB	31.05.86	Regula l'apertura dels establiments d'alimentació a determinades àrees				Ordenació del sector alimentari. Defineix àrees per a la localització d'establiments d'alimentació